



A escravização do indivíduo pela cultura *#selfie*: uma análise das manifestações de 15 de março e 12 de abril contra o governo Dilma¹

Lidiane Leite Macêdo Almeida²

Felipe Coimbra Azevedo³

Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira⁴

Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE

Resumo

O ato de fotografar a si mesmo e divulgar a imagem em redes sociais tornou-se mais que um costume, talvez um vício. Com base nisso, o presente trabalho tem o objetivo de discutir como esse comportamento influencia na formação da identidade dos indivíduos, com foco nas manifestações contra o governo da presidente Dilma Rousseff. Para a produção do texto, foram estudados autores como Raquel Recuero (2010), Ana Brambilla (2011), Tatiana Tissa Kawakami (2012), Martine Joly (1994), entre outros. O artigo será dividido em três partes: 1. A construção histórica do autorretrato e a banalização da fotografia na era digital; 2. A *selfie* na composição das relações sociais do sujeito; 3. Metodologia: o objeto de análise - O protesto das *selfies*: avaliação de três *selfies* feitas nas manifestações de 15 de março e 12 de abril de 2015.

Palavras-chave: *selfie*; banalização da fotografia; redes sociais; comportamento; protesto.

Abstract

The act of photographing yourself and publicize the image on social networks has become more than a habit, perhaps an addiction. On this basis, this work has the purpose to discuss how this behavior influences the formation of social identity, focusing on manifestations against the government of President Dilma Rousseff. For the production of the text, were studied authors as Raquel Recuero, Ana Brambilla, Walter Benjamin, Martine Joly, among others. The article will be divided into three parts: 1. The historical construction of the self-portrait and photography's banalization in the digital age; 2. Selfie in the composition of the subject's social relationships; 3. Methodology: the analysis object - The protest of selfies: three selfies evaluation made in the manifestations of March 15 and April 12 2015.

Keywords: selfie; photography's banalization; social networks; behavior; protest.

¹Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

²Estudante de Graduação 7º. Semestre do Curso de Jornalismo da UFCA, email: lidianelma@gmail.com

³Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Jornalismo da UFCA, email: felipeazevedo28@gmail.com

⁴Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UFCA, email: pcajazeira@cariri.ufc.br



Introdução

No cenário do avanço tecnológico, ferramentas digitais modificaram o modo de se fazer jornalismo, através de compartilhamento de informações e a facilidade de acesso à estas. Com base nisso, este estudo tem como objetivo compreender como essas práticas podem influenciar na formação de identidade do sujeito. Questiona-se, aqui, de que modo os manifestantes dos protestos contra o governo brasileiro atual da presidente Dilma Rousseff se portaram durante os eventos dos dias 15 de março e 12 de abril de 2015. Para dar continuidade ao desenvolvimento da ideia central deste artigo, serão tratadas como objeto de análise as fotografias digitais inseridas na categoria de autorretrato. Nas redes sociais, exemplificadas aqui principalmente por Facebook, Instagram e Twitter, observa-se um crescente hábito entre os usuários de postar “autoimagens” que naturalmente carregam algum discurso e significado.

Em consulta realizada no dia 27 de abril de 2015, no Instagram, a *hashtag* #Me (em português, #Eu) havia sido utilizada 360.532.545 milhões de vezes como legenda para as imagens publicadas. *Hashtag* é uma expressão em inglês muito comum entre os usuários de redes sociais na internet.

Segundo Spyer et al (2009, p. 20),

[...] uma parte dos usuários da internet já está familiarizada com o termo “tag”, que quer dizer “etiqueta” em inglês. Na Web, “taggear” significa relacionar palavras-chave a um determinado conteúdo para que ele possa ser encontrado por outras pessoas. [...] E qualquer um pode inventar e inserir tags, basta incluir nas mensagens palavras-chave precedidas pelo sinal de #.

O costume de auto retratar-se é antigo e data de pelo menos dois séculos atrás. Esse ato passou por seguidas mudanças no tocante a sua reprodutibilidade técnica e discursiva, sendo renomeado, enfim, na contemporaneidade. Para obter um melhor entendimento do autorretrato é necessário uma contextualização histórica da prática, cuja nova nomenclatura e potencial utilidade no âmbito social e virtual serão exploradas no decorrer deste trabalho.

A fotografia na era digital e a banalização da imagem

Quando alguém retira o seu *smartphone* do bolso e bate uma foto de algo que lhe chamou atenção enquanto caminhava pela calçada, pode não imaginar que a facilidade



de fotografar proporcionada pelos meios digitais levou quase dois séculos para ser desenvolvida. Iniciando-se pelas câmaras escuras, passando pelo sistema analógico e finalmente aportando na era digital, a fotografia como é conhecida e utilizada hoje, trilhou um caminho tão longo quanto próspero de consideráveis evoluções na prática de captura da imagem, bem como na qualidade de definição das câmeras fotográficas.

O ato de registrar a imagem de si mesmo apenas com um toque na tela do celular, e o costume de produzir imagens digitais sem uma justificada necessidade técnica ou artística, por exemplo, se tornou tão comum nos dias atuais, que é plausível considerar certa banalização do ato de fotografar em meio à quantidade de registros postados diariamente na internet. Corrêa (2009, p. 28) observa que:

Este excesso de imagens é resultado das facilidades e acessibilidades de equipamentos fotográficos, disponíveis hoje não apenas nas câmeras em si, mas também em celulares, tablets e outros dispositivos eletrônicos móveis. Diversas imagens fotografadas são excluídas antes de serem impressas por diversas razões, seja por má qualidade da imagem, pelo fato de se ter tirado outras fotografias semelhantes ou simplesmente por não se gostar do resultado. Não há qualquer razão para que o fotógrafo guarde as imagens consideradas ruins, mas isto só prova como a fotografia vem sendo tratada de um modo banal.

Por consequência do aumento expansivo da quantidade de imagens gerada pelo advento digital, agora inserido em um contexto mais abrangente do que necessariamente o da técnica fotográfica, passou a ser questionada, por consequência, a trivialidade da informação imagética como um discurso detentor de significado. Como salienta Kawakami (2012), a linguagem visual é indispensável nos fundamentos do meio cultural, científico (principalmente em processos educacionais e modos de produção) e cultural. Cabe, portanto, observar que:

a supervalorização da linguagem verbal em detrimento da visual desperta certa curiosidade, visto que esta apresenta crescente significância enquanto meio de expressão na sociedade contemporânea. Estando presente, presume-se que o estudo da mesma seja de grande relevância. (KAWAKAMI, 2012, p. 170)

A grande produção de informação visual exige dos receptores um nível de percepção e uma capacidade de absorção elevada. Tomando como exemplo as plataformas digitais, por meios das redes sociais como Facebook e Instagram, é nítida a percepção de que o volume de fotos publicadas por dia e os mais variados discursos que



essas imagens produzem e reproduzem, são superiores à capacidade de interpretação e potenciais análises mais rebuscadas dos usuários dessas redes.

Não é apenas o texto que pode ser lido. A fotografia também é passível de leitura e, portanto, cabe uma análise singular e individual do leitor da imagem. A interpretação dos chamados “textos visuais” estão presentes no cotidiano social mais do que se pode imaginar, mesmo que não seja notado. Essa baixa percepção do valor da imagem é, possivelmente, um dos fatores para a latente desvalorização da “visualidade”.

[...] o que se observa são receptores despreparados e, por vezes, alienados quanto ao poder da linguagem visual, que não tratam as imagens com a devida atenção, deixando de analisá-las aprofundadamente, ao permanecerem na superficialidade de informações “pré-digeridas”. É curioso observar a falta de atenção com que, muitas vezes, as informações visuais são tratadas no mundo contemporâneo, uma vez que as imagens nunca se fizeram tão presentes e imperativas. (KAWAKAMI, 2012, p. 170)

Estão inseridos na linguagem fotográfica os mais variados discursos. No entanto, observa-se que a informação visual vem sendo tratada, em momentos pontuais da história do avanço tecnológico, como um dispositivo mecânico que detém somente a função de documento ou registro. Kawakami (2012, p. 171) pontua que este é um episódio no mínimo incômodo, visto que a fotografia detém a capacidade para transmitir muito além do que o senso comum lhe atribui.

A construção histórica do autorretrato

O autorretrato é um tipo de fotografia que nasce paralelamente ao surgimento da própria fotografia. Nas primeiras modalidades da técnica fotográfica como daguerreótipos e *cartes de visite*, já é possível observar a produção em escala significativa da autoimagem.

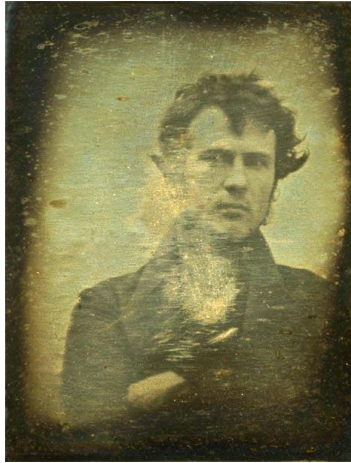


Figura 1. Autorretrato do alemão Robert Cornélius.
Fonte: FOTOGRAFIA TOTAL, 2015.

Na Figura 1, o primeiro autorretrato da história mostra o daguerreótipo de 1839 do alemão Robert Cornélius. Em entrevista realizada com o fotógrafo e professor de Fotojornalismo da Universidade Federal do Cariri, Marcelo Eduardo Leite, no dia 27 de março de 2015 para um trabalho da disciplina de Jornalismo na Internet, também a respeito de *selfies*, verificou-se que essas imagens, para serem captadas, era necessário a ajuda de assistentes no estúdio. Mas em linhas gerais, eram os próprios fotógrafos que faziam todo o processo de captura de imagem, visto que eram eles que detinham os conhecimentos de manipulação dos equipamentos.

O autorretrato como gênero, ou como subgênero da fotografia, sempre foi uma prática muito comum entre fotógrafos. O autorretrato sempre acompanhou o ser humano em seu desejo de registrar a própria existência. Essa busca pela autoimagem foi tomando formas diferentes no decorrer do tempo. Podemos entender o autorretrato como um espelho do artista. Nele se espelha e se reflete sua imagem e a imagem de seu mundo, de sua época, de seus valores. (BARBON, 2006, p. 4)

O que difere o autorretrato do retrato é que, no primeiro caso, o objeto a ser retratado é o próprio fotógrafo que também é, por sua vez, o próprio objeto. Esse detalhe faz com que as distinções do ato fotográfico se mostrem sensíveis em suas diferenciações de categoria. Em seu relato acerca das “Identidades virtuais: uma leitura do retrato fotográfico”, Fabris (2004, p. 51) afirma que “o retrato, de fato, ativa um mecanismo cultural que faz o indivíduo alcançar a própria identidade graças ao olhar do outro.” O autor continua observando que, ao integrar um determinado grupo, o indivíduo (toma-se como exemplo o fotógrafo) divide uma noção de identidade mais abrangente do que aquela do ser isolado, pois “as relações mútuas estabelecem as



normas de significação e os equilíbrios que serão transpostos para a fotografia.” (FABRIS, 2004, p. 52)

A auto representação se firma, portanto, como uma atividade secular que até os dias atuais está inserida no universo fotográfico e social. Sabe-se, porém, que retratar-se há muito não se limita ao indivíduo profissional da imagem. Representar-se como retratado e, ao mesmo tempo, se inserir em um discurso pela imagem é comum no cotidiano do espaço virtual e social. Sobre o discurso do autorretrato, Barbon (2006, p. 5), conclui que:

Desta forma, pode-se pensar o retrato como produto de uma espécie de evento, envolvendo não apenas a necessidade de se registrar mecanicamente aquilo que se deseja registrar, mas também a pontuação de determinadas regras que delimitem as fronteiras entre grupos e seus estilos de vida - ou, pelos menos, aquilo que se almeja, como algo que pode ser alcançado, nem que seja apenas no momento da encenação. A virtualização da identidade é que permite ao ser fotografado se traduzir para um campo de significado onde ele alcança a imagem desejada.

Se atendo ao terreno do fluxo digital de imagens, há o que pode ser classificado como “nova geração” do autorretrato. A representação do “eu” parece estar ainda mais latente nas imagens publicadas na internet, em redes sociais. Diante do espelho, no elevador, em convenções sociais e até em eventos onde normalmente o protocolo e as circunstâncias físicas não permitem uma intervenção deste tipo, as auto imagens estão presentes no cotidiano contemporâneo de forma latente. Para exemplificar e contextualizar as dimensões das transformações no autorretrato basta observar que uma atividade que data do início dos anos 1800 foi renomeada por uma agenda popular, e hoje é mundialmente chamada de *selfie*, termo que será explorado no decorrer do artigo.

A *selfie* na composição das relações sociais do sujeito

Definida como uma foto tirada de si mesmo, geralmente através de um *smartphone* ou *webcam*, para ser compartilhada em redes sociais, *selfie* foi eleita a palavra do ano em 2013 pelo Dicionário Oxford⁵. Não se sabe exatamente quando o termo foi utilizado pela primeira vez, mas nos últimos anos a expressão se tornou parte



do vocabulário brasileiro, sem trad¹ução exata – *selfie* = *self-portrait photograph*⁶ (em português, autorretrato fotográfico).

Recuero (2009, p. 25-26) afirma que:

Os atores são o primeiro elemento da Rede Social, representado pelos nós (ou nodos). Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais. Quando se trabalha com Redes Sociais na Internet, no entanto, os atores são constituídos de maneira um pouco diferenciada. Por causa do distanciamento entre os envolvidos na interação social, principal característica da comunicação mediada por computador, os atores não são imediatamente discerníveis. Assim, neste caso, trabalha-se com representações dos atores sociais, ou construções identitárias do ciberespaço. Um ator, assim, pode ser representado por um *weblog*, por um *twitter* ou mesmo por um perfil no Orkut. [...] São espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade.

Entende-se, desse modo, que a Internet é um campo ilimitado de gêneros, personalidades e mundos diferenciados. Com as redes sociais, principalmente Instagram, Facebook e Twitter, os indivíduos se transformam naquilo que desejam – ninguém é obrigado a ser você mesmo, podendo assumir papéis variados, que podem ou não atrair a atenção do público. Essas redes se transformam em espaços para discussões sobre o que quer que seja, sendo necessário apenas que existam atores sociais interessados nas temáticas.

De acordo com Joly (1994, p. 19) a imagem é um instrumento de comunicação que se assemelha ou confunde-se com aquilo que ela representa, e tanto pode enganar quanto educar. O número de seguidores é um tópico relevante pois, quanto maior for este, também maior será o número de curtidas, de modo que, assim, mais pessoas serão atraídas para seguir determinado indivíduo, gerando o que Recuero (2009) chama de popularidade.

No Twitter, a popularidade está diretamente relacionada com a quantidade de seguidores que alguém tem. A popularidade, como valor, refere-se, portanto, mais a uma posição estrutural do nó na rede do que à percepção que os demais nós têm. A popularidade, portanto, pode ser inferida a partir de um estudo estrutural da Rede Social e tem um valor quantitativo. [...] Podemos, por exemplo, avaliar a popularidade de um perfil no Twitter pela quantidade de seguidores

⁵<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/selfie>

⁶<http://pt.wikipedia.org/wiki/Selfie>

que esse perfil possui ou pela quantidade de referências que são feitas ao perfil em uma conversação. (RECUERO, 2009, p. 112)

A aparência é praticamente o ponto-chave para se conhecer alguém; é o que se observa primeiramente e antes de tudo. Na sociedade atual, mesmo que alguns tentem desconstruir esse conceito, sabe-se que existe um padrão de beleza oficial. Ser bonito é ter o corpo perfeito, desde o dedo do pé até o último fio de cabelo. E isso não é tido como uma dificuldade para quem está inserido na era digital: aplicativos e programas como o Photoshop, por exemplo, ajudam a tirar manchas, “fazer plásticas”, entre outras mágicas do universo moderno. Acrescenta-se um filtro e pronto, a foto está apenas esperando uma imensa quantidade de *likes* (em português, “dar *like*” relaciona-se ao termo curtir ou gostar de uma imagem), e é esse número de curtidas que vai dizer se o sujeito é ou não relevante para seus seguidores. No Instagram, para curtir uma foto é preciso clicar duas vezes nela, onde aparecerá um coração mostrando que a mesma foi curtida. Coração remete ao significado de amor. Nesses tempos líquidos, “[...] para termos amor-próprio, precisamos ser amados. [...] O amor-próprio é construído a partir do amor que nos é oferecido por outros.” (BAUMAN, 2004, p. 100)

O *feedback* é tido através da quantidade e não da qualidade. Esse ato de fotografar e também editar fotos está relacionado à auto-objetificação – quando uma pessoa se preocupa demais com a própria aparência. Logo, quanto mais selfies são compartilhadas mais o sujeito se insere no conceito de que ele é apenas imagem, originando a chamada *selfie-objetificação* (em inglês, *self-objefication*): apresentar a si mesmo como objeto.

Em uma era de constantes conexões em tempo real, a questão central de nosso exame de consciência está se deslocando de ‘Quem é você?’ para ‘O que você está fazendo?’. Por mais que muitos de nós estejamos sedentos por estar conectados, se quisermos prosperar precisamos manter alguma parte de nós separada dessa constante vontade de exposição. [...] Essa é uma questão que foi brilhantemente colocada pelo cientista da computação Jaron Lanier durante uma palestra na conferência South by Southwest, em março de 2010, na qual ele pediu que o público não fizesse mais nada, além de ouvir, enquanto ele falava. ‘O principal motivo para que vocês parem de fazer tantas coisas ao mesmo tempo não é para que eu me sinta mais respeitado’, Lanier argumentou, ‘mas para fazer vocês existirem. Se vocês escutarem primeiro, e escreverem somente mais tarde, o que for escrito terá tido tempo para passar pelo filtro dos seus cérebros, e vocês estarão presentes no que foi dito. É isso que faz vocês existirem.’ (CHATFIELD, 2012, p. 44)

Metodologia: o objeto de análise - O protesto das *selfies*: avaliação de cinco *selfies* feitas nas manifestações de 15 de março e 12 de abril de 2015

Antes, sair com os amigos numa sexta-feira à noite significava ir para o barzinho e jogar conversa fora até o dia amanhecer. Hoje, significa praticamente a mesma coisa, mas acrescentam-se os smartphones como companheiros também. Pessoas saem para fazer check-in no Facebook, jogam conversa fora no Twitter, riem e dançam para gravar um vídeo para o Instagram. A pergunta é: o que se quer provar?

Hoje, somos todos narradores e comentaristas – assim como também somos jornalistas, apresentadores de rádio, críticos, mediadores, voyeurs e propagandistas de nós mesmos, em tempo integral. A questão-chave, então, é quão preparados estamos para desempenhar todos esses papéis. Como contribuir para uma cultura de compartilhamento, no qual os valores que associamos à prosperidade possam florescer, em vez de sufocar? E quanto espaço existe para aqueles que querem tratar de aspectos qualitativos da mesma forma que quantitativos? (CHATFIELD, 2012, p. 94)

Nesta parte do artigo será feita uma análise de três imagens, buscando traçar o potencial discurso político e representativo do fotógrafo e, por consequência, do contexto político-social no qual a imagem foi obtida. Foram selecionadas porque ilustram três aspectos que julgou-se importantes no cenário político atual: e clara intenção de demonstrar que tratou-se de um ato pacífico, em detrimento de outras manifestações onde houve confronto, a opinião formada pela audiência de quem expõe seu ponto de vista político através de meios de comunicação e o contraste de classe, onde um determinado grupo da sociedade protesta enquanto outro está exercendo sua função como funcionário. Deve-se levar em conta que as fotos foram feitas durante os protestos dos dias 15 de março e 12 de abril na Avenida Paulista, em São Paulo (SP), e retiradas dos seguintes sites, respectivamente: Revista Fórum (“Dez fatos curiosos dos protestos de 12 de abril”), Veja SP (“O protesto da selfie (mas sem o bastão)”) e Pragmatismo Político (“A cena que não esqueço é o selfie de uma família que leva uma babá para o protesto”). As três matérias disponibilizadas nessas páginas traziam, pelo que se pode compreender com suas leituras, críticas a respeito dos protestos. Na Figura 3, temos uma *selfie* de uma mulher na frente de um pelotão militar - essa foto ilustra exatamente o contrário do que pode-se esperar, de acordo com outras manifestações onde há confronto entre militares e civis. A manifestante quis registrar, por meio da

selfie, que no momento da foto o protesto seguia de maneira pacífica, o que, aparentemente, legitima a ação de quem reivindica nas ruas; na figura 4, Danilo Gentili, apresentador e comediante, tira *selfies* com manifestantes – é uma figura pública que faz questão de expressar o seu posicionamento político, de modo que, por se encaixar nessa categoria, ele é formador de opinião e o que ele pensa pode influenciar a escolha das pessoas que fazem parte de sua audiência diária; e na figura 5, uma família (vestida com as cores da bandeira do Brasil) tira uma *selfie* enquanto a babá (vestida em seu uniforme branco) entretém a criança, assim, nota-se claramente o contraste entre as classes sociais, algo a ser questionado já que o protesto objetivava melhorias para o país, entre elas, a diminuição da desigualdade social. Em relação ao enunciado presente em todos os tipos de imagem, Joly (1994, p. 61) afirma que:

Considerar a imagem como uma mensagem visual composta de diferentes tipos de signos equivale, como já dissemos, a considerá-la como uma linguagem e, portanto, como um instrumento de expressão e de comunicação. Quer ela seja expressiva ou comunicativa, podemos admitir que uma imagem constitui sempre uma *mensagem para o outro*, mesmo quando este outro é o próprio autor da mensagem.

A corrida presidencial no Brasil em 2014 foi marcada, entre outros pontos relevantes da análise política e social, pela nítida polarização do posicionamento entre eleitores que constituem oposição e os que aparentam apoiar as medidas e decisões do governo atual. Essa percepção pode ser ainda mais latente no âmbito virtual das redes sociais, por exemplo, onde o embate político foi rigidamente travado de acordo com as opiniões acerca da temática expostas nos perfis dos usuários destas redes. O possível descontentamento e discordância fizeram com que parte da população brasileira fosse às ruas protestar pelo resultado das eleições para presidente do Brasil. Nos dias 15 de março e 12 de abril de 2015, as manifestações populares deram origem a diversas fotografias que foram publicadas pelos principais portais de notícias brasileiros.



Figura 2. Selfie com militares no protesto do dia 12 de abril de 2015.
Fonte: REVISTA FÓRUM, 2015.



Figura 3. Selfie com o apresentador Danilo Gentili no protesto de 15 de março.
Fonte: VEJA SP, 2015.



Figura 4. Família tira selfie enquanto babá entretém a criança.
Fonte: PRAGMATISMO POLÍTICO, 2015.

Em uma análise inicial, observa-se alguns pontos em comum nas três imagens selecionadas: todos eles estão fazendo uso da tecnologia digital, através dos smartphones, para registrar o momento, a cena e o contexto em que estão inseridos. É provável que essas imagens tenham sido postadas em seus respectivos perfis em redes sociais, - acompanhadas de legendas ou *hashtags* que possivelmente irão “justificar” o motivo de sua participação no ato. Além disso, os manifestantes fazem uso de camisetas nas cores verde, amarelo e azul, e alguns deles usam o uniforme da Seleção Brasileira de Futebol, esse fato que pode remeter a um sentimento de patriotismo originário dos participantes dos protestos.

Na Figura 2, o contraste está na relação entre civis e militares quando a manifestante faz um *selfie* em frente a um pelotão da polícia militar. Entende-se, portanto que no momento da foto, não havia conflito entre quem protesta e quem tem a função de estabelecer a ordem e a segurança durante os atos políticos desta natureza. Para os que têm o costume de acompanhar os principais noticiários televisivos, ou acessar portais de notícia de grandes corporações, é perceptível o posicionamento de embate com os militares em que os manifestantes estão inseridos, o que não se exemplifica na análise em questão.

Com relação à Figura 3, a divergência que se estabelece é entre o famoso e o anônimo. O apresentador e comediante Danilo Gentili, envolvido em algumas polêmicas ao tornar público o seu posicionamento político, tira uma *selfie* com o que aparenta serem alguns fãs, que se identificam com sua opinião em relação ao governo. Percebe-se na imagem que algumas pessoas estão ao redor de Danilo segurando seus aparelhos celulares na espera de uma foto com o humorista, o que faz com que o principal razão de terem ido às ruas deixe de ser prioridade.

A diferença entre as classes sociais e a suas respectivas inserções no contexto retratado, está explícita na Figura 4. A imagem mostra uma família tirando uma *selfie* durante a manifestação, enquanto a babá tenta atrair a atenção da criança nos braços dos pais. A moça, que é a única que não está usando as cores da bandeira do Brasil, não participa da foto do grupo principal, o que dá a entender que ela está ali cumprindo uma carga horária do seu expediente de trabalho.

Santaella (1983, p. 11) esclarece que

Diante de qualquer fenômeno, isto é, para conhecer e compreender qualquer coisa, a consciência produz um signo, ou seja, um pensamento como mediação irrecusável entre nós e os fenômenos. E

isto, já ao nível do que chamamos de percepção. Perceber não é senão traduzir um objeto de percepção em um julgamento de percepção, ou melhor, é interpor uma camada interpretativa entre a consciência e o que é percebido. Nessa medida, o simples ato de olhar já está carregado de interpretação, visto que é sempre o resultado de uma elaboração cognitiva, fruto de uma mediação sógnica que possibilita nossa orientação no espaço por um reconhecimento e assentimento diante das coisas que só o signo permite.

A autora explica que os signos são de lei. Por conseguinte, quando se tratando de seu objeto, o signo é um símbolo. “[...] extrai seu poder de representação porque é portador de uma lei que, por convenção ou pacto coletivo, determina que aquele signo represente seu objeto.” (SANTAELLA, 1983, p. 14) Ou seja, o símbolo não é algo individual, mas um geral. Peirce (in SANTAELLA, 1983, p. 15) informa que

Um símbolo não pode indicar uma coisa particular; ele denota uma espécie (um tipo de coisa). E não apenas isso. Ele mesmo é uma espécie e não uma coisa única. Você pode escrever a palavra *estrela*, mas isto não faz de você o criador da palavra — e mesmo que você a apague, ela não foi destruída. As palavras vivem nas mentes daqueles que as usam. Mesmo que eles estejam todos dormindo, elas vivem nas suas memórias. As palavras são tipos gerais e não individuais.

Em vista disso, compreende-se que as cores são símbolo por representarem o Brasil, de modo que, as pessoas que se encontram no protesto são brasileiros que reivindicam algo relacionado ao seu país. Além disso, as próprias fotografias feitas por elas chegam a ser o que Santaella (1983, p. 14) chama de índice. “[...] o índice, como seu próprio nome diz, é um signo que como tal funciona porque indica uma outra coisa com a qual ele está actualmente ligado. Há, entre ambos, uma conexão de fato.”

Conclusão

Nos protestos, o que mais se sobressaiu foram os brasileiros “patriotas”. Entre aspas porque não se sabe até onde vai o significado do patriotismo nesse contexto – seria o amor ao país em que vivem ou apenas o ato de vestir a camisa verde e amarela, aquela que estava guardada desde a Copa do Mundo de 2014, onde os mesmos pagaram ingressos para assistir aos jogos.

Com a análise das três *selfies*, verificou-se, desse modo, que há uma clara intenção por parte de quem protesta, de se mostrar como inseridos em um contexto mais



abrangente, que tem como finalidade evidenciá-lo como cidadão que exerce seus direitos de reclame. É possível refletir até onde se estendem as reais intenções de oposição e onde se inicia uma necessidade eminente de auto retratar-se como personalidade ativa em eventos cuja participação social é intensa. Observações feitas sob uma perspectiva crítica foram necessárias para que o presente trabalho fosse desenvolvido. O fato de todas as fotos virem acompanhadas de matérias jornalísticas em seus respectivos sites, já denota que essas imagens foram publicadas dentro de um contexto de opiniões formadas pelos responsáveis que escreveram as notícias, bem como pelo repórter fotográfico que fez os registros. Entretanto, o artigo não ficou limitado à ideias e ideais já construídos pelas empresas de comunicação, criando-se, assim, uma visão diferenciada. Portanto, procurou-se levantar um questionamento a respeito de que modo o sujeito está se auto representando dentro da sociedade em que está inserido.

Referências bibliográficas

BARBON, Lilian Patricia. **O Autorretrato Fotográfico: Encenação, Despersonalização e Desaparecimento**, 2006. Disponível em: <<http://ppgav.ceart.udesc.br/Vciclo/artigo23.pdf>> Acesso em: 24 de Abril de 20015.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BRAMBILLA, Ana. (Org.) **Para entender as mídias sociais**. 2011. Disponível em: <<http://issuu.com/anabrambilla/docs/paraentenderasmidiassociais>> Acesso em: 02 de março de 2015.

CHATFIELD, Tom. **Como viver na era digital**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

CORRÊA, Juliana Rosa. **A Evolução da Fotografia e uma Análise da Tecnologia Digital**. 2013. Disponível em: <<http://www.com.ufv.br/pdfs/tccs/2012/JulianaCorr%C3%AAa.pdf>> Acesso em: 23 de abril de 2015.

FABRIS, Annateresa. **Identidades virtuais: uma leitura do retrato fotográfico**. 2004. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=3Tq9i0JloxIC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 27 de abril de 2015.



JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem.** 1994. Disponível em:
<<https://onedrive.live.com/download?resid=24712608510E0E48!1988>> Acesso em: 17 de abril de 2015.

KAWAKAMI, Tatiana Tissa. **A popularização da fotografia e seus efeitos:** Um estudo sobre o a disseminação da fotografia na sociedade contemporânea e suas consequências para os fotógrafos e suas produções. 2012. Disponível em:
<<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/viewFile/10538/11329>> Acesso em: 23 de abril de 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica.** 1983. Disponível em:
<https://docs.google.com/file/d/0B0wb01fQa_9cYjc5YWI0YmEtZjExNi00YmFjLTg3ZGIhNTY2YzE3YjZlZWQz/edit?sort=name&ddrp=1&layout=list&pid=0B0wb01fQa_9cMzA5NWM4M2UzM2Y4OS00MzRkLTk1MzktMzAzZjY1ZGVjYzZM5&cindex=6#> Acesso em: 28 de abril de 2015.

SPYER, Juliano. Et al. **Tudo que você precisa saber sobre o Twitter:** (você já aprendeu em uma mesa de bar). Talk Interactive, 2009. Disponível em: <<http://www.talk2.com.br/conteudos-extras/talk-show-sobre-o-twitter/>> Acesso em: 2 de maio de 2015.

Entrevista com o professor Marcelo Eduardo Leite. Disponível em:
<<http://mundoselfie2015.wix.com/selfie>> Acesso em: 25 de abril de 2015.

Figura 1. **Autorretrato do alemão Robert Cornélius.** Disponível em:
<<http://fotografiatotal.com/a-fotografia-e-a-moda-das-selfies-ou-a-evolucao-do-auto-retrato>>
Acesso em: 25 de abril de 2015.

Figura 2. **Selfie com militares no protesto do dia 12 de abril de 2015.**
Disponível em: <<http://www.revistaforum.com.br/blog/2015/04/dez-fatos-curiosos-dos-protestos-de-12-de-abril/>> Acesso em: 28 de abril de 2015.

Figura 3. **Selfie com o apresentador Danilo Gentili no protesto de 15 de março.**
Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/blogs/cidade/selfie-protesto-dilma-paulista-manifestacao/>> Acesso em: 28 de abril de 2015.

Figura 4. **Família tira selfie enquanto babá entretém a criança.**
Disponível em: <<http://www.pragmatismopolitico.com.br/2015/03/familia-leva-baba-protesto-impeachment-dilma.html>> Acesso em: 28 de abril de 2015.
> Acesso em: 28 de abril de 2015.